



BARABARA
EDUCACIÓ

biciclot
ACTIVITATS I SERVEIS

MÒDUL D'ORIENTACIÓ PROFESSIONAL I DESENVOLUPAMENT COMPETENCIAL

Auxiliar de manteniment
i reparació de bicicletes



Què hem fet i què ens queda?

Sessió 1

Marc competencial. Autoconeixement i coneixement de l'altre

Sessió 2

Competències comunicatives

Sessió 3

El treball en equip

Sessió 4

Competències organitzatives i gestió de conflictes

Sessió 5

El mercat laboral i els processos de recerca de feina

Sessió 6

Processos de selecció

Sessió 7

Emprenedoria i ESS



Què treballarem?

Claus per emprendre en ESS

- Economia Social i Solidària (ESS)
- Què vol dir emprendre? Característiques de la persona emprendedora
- Competències per a l'emprenedoria col·lectiva
- El canvas social: Eina per definir un projecte social
- El Pla de negoci

Coneixent una experiència d'emprenedoria





**Claus per
emprendre
en l'ESS**

Economia Social i Solidària (ESS)

Prioritza la satisfacció de necessitats per sobre del lucre

Aposta per la propietat col·lectiva i la gestió democràtica

Té funcionament participatiu

Es compromet amb la comunitat, la sostenibilitat ambiental i l'equitat de gènere

Aposta per la transformació de l'economia i la societat

**Què vol dir emprendre?
Quines característiques ha de tenir la
persona empenedora?**



S'entén l'emprenedoria col·lectiva com a **projectes oberts i integradors**, on tots els membres de l'equip impulsor són socis d'igual dret i que, a més, la voluntat de futur és anar **sumant** les aportacions que puguin fer els futurs integrants del projecte.



El **tret diferencial** d'aquests projectes és:

- **el fet col·lectiu enfront de la suma de individualitat** i, per tant,
- *cal considerar competències i capacitats específiques dels projectes col·lectius,*
- hi haurà algunes competències necessàries per tot tipus de persones emprenedores: *habilitats de gestió empresarial, esperit emprenedor, orientació al servei...*



LAS SIETE CARACTERISTICAS DE LOS EMPRENDEDORES

... según INIA



1 PASION
Interpreta el trabajo como un juego más que como una obligación.



2 AMBICION
Asume riesgos de una manera natural.



3 INICIATIVA
Tiene motor propio.



4 SUPERACION
Es capaz de tolerar el fracaso reponiéndose y comenzando nuevamente.



5 CREATIVIDAD
Es capaz de improvisar para solucionar problemas nuevos.



6 LIDERAZGO
Tiene visión y capacidad de convocar a otros.



7 ORGANIZACION
Busca los medios más apropiados para alcanzar sus objetivos.



Acord o desacord?

Test sobre las competencias de l'emprenaduria cooperativa

<http://emprenedoriacooptest.cooperativestrebball.coop/>



Perfil de l'emprenedoria col·lectiva



**ACTITUD
EMPREDORA**

Capacitat per mostrar iniciativa i impuls per tirar endavant el projecte d'empresa cooperativa.

Més important l'Entusiasme pel projecte que les **circumstàncies** que empenyen a emprendre.

La **Motivació** porta a la proactivitat.

La persona coneix les implicacions, i creu que és una bona manera de realitzar-se personal i professionalment.

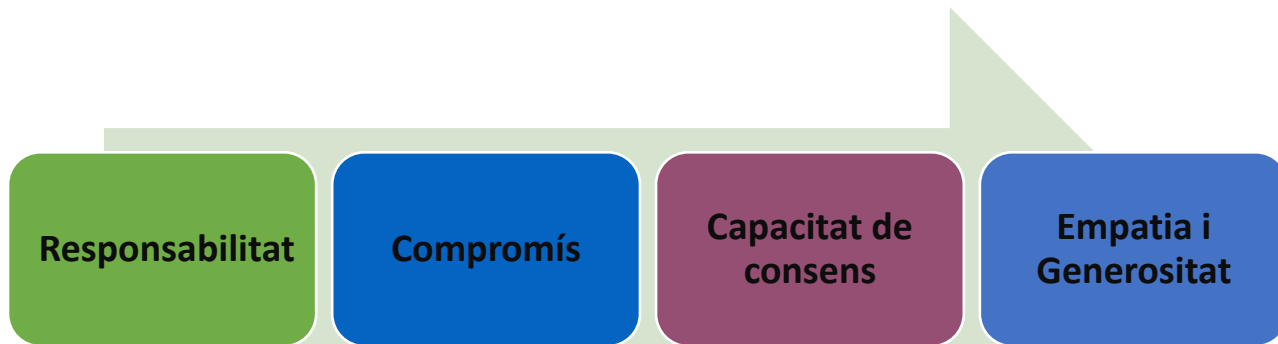
Són un element complementari, actuen com un element més de la decisió d'emprendre



LIDERATGE COL·LECTIU

És la capacitat d'assumir compromisos, que prèviament s'han consensuat amb el grup, i complir-los amb responsabilitat.

És una **competència** que demana **empatia** per entendre i respectar la posició de la resta de membres del grup i **generositat** suficient per compartir opinions i idees pel bé del projecte, lluny de centrar-se en el **protagonisme**.



GENERACIÓ DE VALOR

És la capacitat d'imaginar diferents possibilitats **originals i creatives** davant una situació o un problema, i de plantejar solucions amb valor. Aquesta competència creix amb la **curiositat** per aprendre i descobrir altres formes de fer

Aquesta competència demana **resolució**, que vol dir disposar de **pensament crític**, necessari per a triar entre diferents idees.

També demana **capacitat d'innovació**, que consisteix en posar les noves idees en acció, el que permet incorporar **orientació cap a l'èxit** en la cooperativa en la mesura que es facilita la **millora continuada** a partir d'idees creatives i innovadores.

Curiositat

Creativitat

Capacitat de
innovació

Pensament
crític

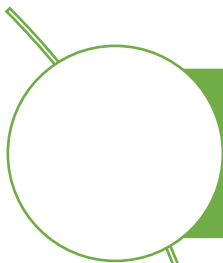


GESTIÓ COMPARTIDA

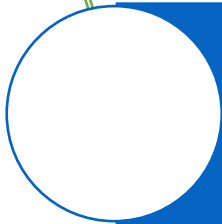
Vol dir tenir la capacitat de **planificar i organitzar** els diferents recursos per aconseguir els objectius plantejats i saber desenvolupar aquesta estratègia en **equip**, establint unes bones **relacions interpersonals**.

La gestió compartida és imprescindible en les cooperatives.

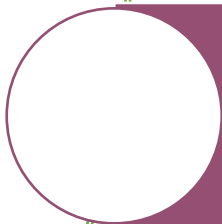




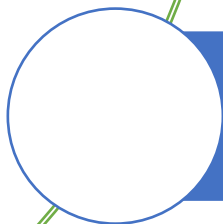
ORGANITZACIÓ: capacitat de disposar i coordinar els recursos disponibles de la millor manera per tal d'assolir els objectius plantejats,



RELACIONS INTERPERSONALS: capacitat de relacionar-se amb els altres de manera positiva contribuint a construir una organització que faci compatible l'assoliment dels objectius marcats amb la realització personal i professional de l'equip.



TREBALL EN EQUIP: capacitat per gestionar la interdependència. La complementarietat, compartint mètode i compromís amb un propòsit comú per tal d'assolir l'objectiu fixat. El treball en equip ha d'aconseguir que el resultat sigui més gran que la suma d'individualitats.



PLANIFICACIÓ I CONTROL: capacitat de concretar i anticipar les activitats orientant-se a resultats específics, i alhora, establir mecanismes per avaluar-ne l'acompliment



ORIENTACIÓ AL MERCAT

És l'habilitat d'establir una **comunicació bidireccional** amb el client de forma que sigui possible entendre'l des de l'empatia i això permeti descobrir **noves oportunitats** de mercat que condueixin la cooperativa a **generar** Nous productes i o serveis o adaptar els existents.

Aquesta competència està orientada a l'assoliment de resultats empresarials





COMUNICACIÓ BIDERECCIONAL: capacitat d'establir vincles més enllà del moment estrictament de la venda.

EMPATIA AMB ELS CLIENTS; capacitat de posar-se en lloc de les persones destinatàries dels nostre productes i serveis. Entendre les seves necessitats i preferències és el millor punt de partida per dissenyar la nostra oferta.

IDENTIFICACIÓ D'OPORTUNITATS: Mirada curiosa al mercat i ser capaç d'avançar –se a la competència o a les demandes dels clients o potencials clients. Cal revisar sistemàticament la nostra activitat i estar informat de l'actualitat del nostre sector..

ADAPTACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS: És la capacitat de ser flexible i fonamentar la competitivitat.



Les **cooperatives** són empreses gestionades democràticament per les persones associades (socis i sòcies), per als quals l'adhesió voluntària a la cooperativa implica un compromís de participació activa.



L'expressió del cooperativisme

- La cooperativa com a forma d'empresa que integra una doble dimensió social i econòmica, assumint el seu caràcter solidari, que implica un compromís entre els seus membres.



Una cooperativa és...

- Una **associació autònoma** de persones que s'han agrupat voluntàriament per satisfer les seves necessitats i aspiracions econòmiques, socials i culturals comuns.
- Una empresa de **gestió democràtica**.
- Una empresa **propietat de totes les persones membres** que en són sòcies; el centre no és el capital, són les persones.
- Una empresa on, les decisions adoptades, **equilibren la necessitat de la rendibilitat amb les necessitats dels membres i els interessos de la comunitat**.
- Com qualsevol altra empresa, es defineix per tres interessos bàsics: **la propietat, el control i el benefici**; però només en les cooperatives els tres interessos estan generats i governats directament per tots els **membres associats**.



VALORS DEL COOPERATIVISME

Autoajuda / Autoresponsabilitat/ Democràcia / Igualtat /
Equitat/ Solidaritat /
Honestedat/ Transparència /
Responsabilitat social/



Quines son les fases de creació d'una empresa ESS?



Fase 4. La consolidació



Fase 1. La gestació



Fase 3. El llançament o l'obertura



Inici d'activitat

Fase 2. La creació



Tràmits de constitució

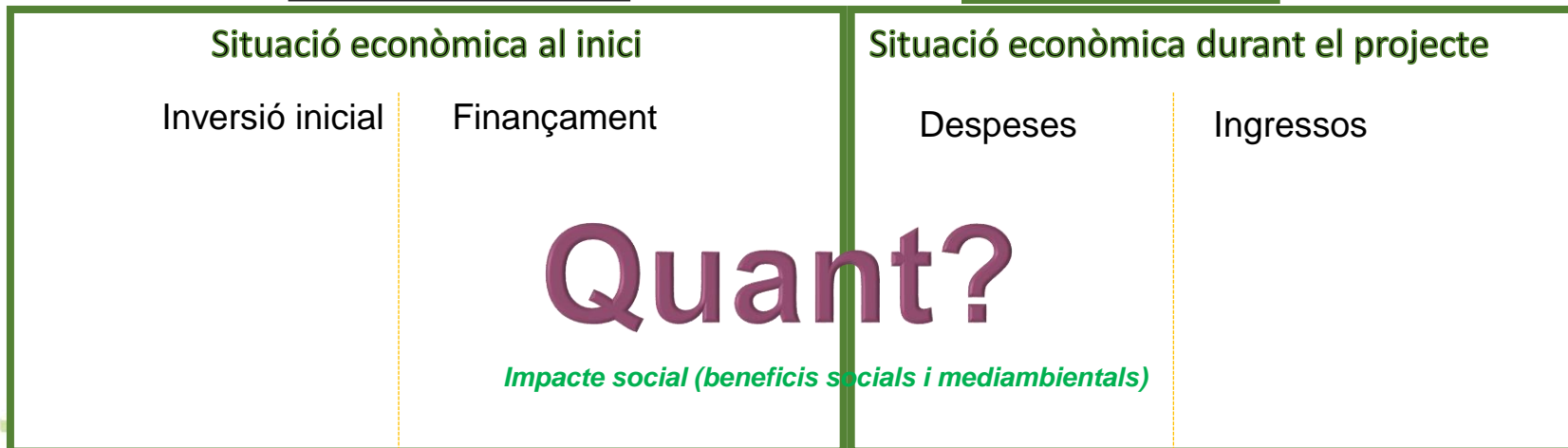
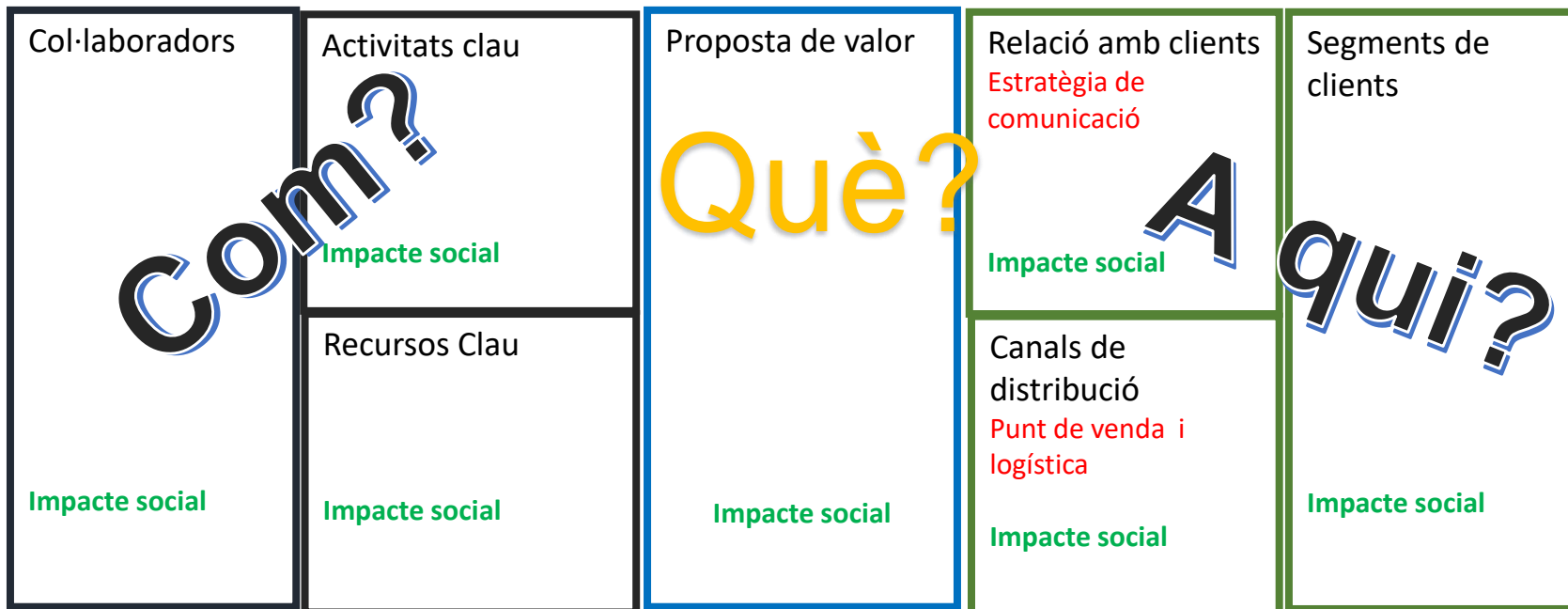


El Canvas social

És una **eina de treball** per analitzar idees de negoci.

- Primer es treballa la part qualitativa del projecte , analitzant a qui em dirigeixo, què li apporto i com l'hi apporto.
- Una vegada que s'ha aprofundit a les bases de la idea, es pot passar a la fase quantitativa, on analitzem els costos inicials, i el desenvolupament econòmic del projecte quan s'engegui.





Proposta de valor

És la raó per la qual els clients/usuàries escullen una empresa o organització en lloc d'una altra. Factor diferenciador.

- Què oferim?
 - Perquè la clientela em tria?
 - En què em diferencio de la competència?
 - Dono resposta a les necessitats de la clientela?
 - Li ajudem a resoldre algun problema?
- ❖ Novetats / Innovacions, disseny, preu, qualitat, rapidesa, estatus de marca, accessibilitat, etc

Impacte social

(La nostra empresa fa productes al servei de les persones. Ex: El nostre producte és accessible a persones amb diversitat funcional.

Segments de clients

Quina és la necessitat que cobrim i a qui la hi cobrim?. Analitzar com pensa el nostre segment de clients i dirigir-nos a elles.

Identificar i focalitzar a la clientela:

Per a qui estem creant valor?

Qui són els nostres clients principals?

És important conèixer bé la clientela, com pensen, què opinen, conèixer els seus problemes, les seves necessitats, per intentar cobrir-les.

Impacte social: Com generem valor en els nostres clients i com millorem el entorn social mediambiental??

Ex. : Que el nostre projecte s'adreci a un col·lectiu en risc d'exclusió social.

Relació amb la clientela

Estratègia de comunicació

Com ens hi acostem per comunicar la nostra proposta de valor?

A través de quins canals volen arribar ?

-OFF line: Targetes de visita, Promocions, Revistes, Ràdio

...

-ON línia: Web, Twitter, Facebook, Blog, etc...

Impacte social:

Ex. Utilitzar paper reciclat...

Canals de distribució

Punt de venda i logística

Com serà la nostra logística del producte, on ho guardem, on ho emmagatzemem, on o com ho distribuïm?

Quina logística necessita el nostre servei?
On ho oferirem?

Impacte social:

Ex. reduir l'impacte ambiental i promoure la economia local fent el repartiment en bicicleta



Col-laboradores

La persones sòcies i les xarxes de persones que fan que el meu projecte funcioni.

A qui necessitem perquè el projecte funcioni?

- ✓ Aliances d'estratègia entre no competidores
- ✓ Estratègies d'associació entre competidores.
- ✓ Empreses conjuntes per crear nous projectes
- ✓ Relació amb clients
- ✓ Relació amb empreses proveïdores

Impacte social

(Exemple: Col-laborar, intercooperar amb altres persones i projectes, la proximitat afavoreix l'economia local)

Activitats clau

Quines activitats necessitem fer per generar la nostra proposta de valor? Els productes, serveis i accions més importants perquè el projecte funcioni.

-.... Servei post venda, logística de distribució, processament d'algun material per al producte final, plataformes, Xarxes, etc.

Impacte social

(Ex: enfoc ecològic o de compromís amb l'entorn local. producte biològic, material reciclat, etc.)

Recursos clau

Quins recursos clau requereix la nostra proposta per tal que funcioni?

- Recursos materials
- Intel·lectuals (marques, patents, drets d'autor, dades, etc.)
- Humans (tipus de professionals)
- Financers (garanties, grans Inversions)

Procurar l'eficiència i el consum responsable.

Impacte social

Ex: som una empresa d'inserció i els nostres empleats pertanyen a un col·lectiu en risc d'exclusió social)

El **Canvas Social**, permet analitzar el **valor** no només **econòmic**, sinó també **social i ambiental** de la iniciativa de negoci que vulguem analitzar.



Entenent que la **Economia Social i Solidària** és la producció, la distribució, el consum i el finançament justes dutes a terme en l'àmbit local i basades en igualtat, participació democràtica, intel·ligència col·lectiva, reciprocitat, cooperació i ecologia.



Situació econòmica al inici

Inversió inicial

Finançament

Situació econòmica durant el projecte

Despeses

Ingressos



Aspectes a remarcar del Canvas social

Des de l'enfocament de Canvas Social, cal plantejar-se com generem valor social i com millorem l'entorn social i mediambiental de forma transversal.

- La relació amb l'entorn proper és essencial, potencia l'economia local ens afavorirà i crearà sinergies diferents de consum al nostre voltant
- La nostra proposta de valor i per tant la nostra activitat principal ha de incorporar un enfocament ecològic o de compromís amb l'entorn local
- Hem d'ajustar molt bé les necessitats, tant des d'un punt de vista d'eficiència, com des d'un punt de vista de consum responsable.
- Les persones al centre (dins de l'equip i com clients/ usuàries), i el producte al servei de les persones.

<https://ecosfron.org/el-canvas-social/>



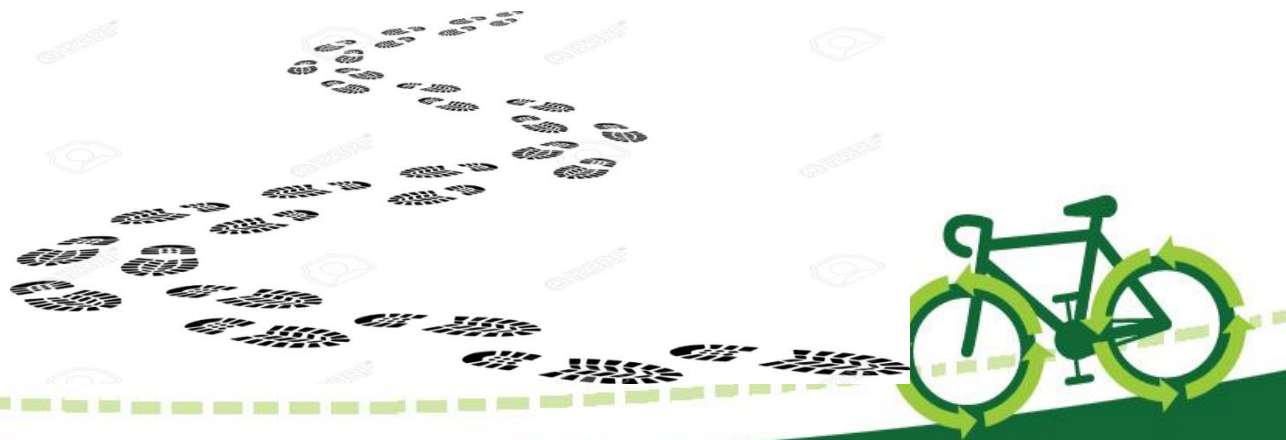
Business Model Canvas i Pla d'empresa

Xarxa empren 5,10'



Què és un Pla d'empresa?

El Pla d'empresa és un document que identifica, descriu i analitza una oportunitat de negoci, examina la viabilitat tècnica, econòmica i financera del mateix i desenvolupa tots els procediments i estratègies necessàries per convertir la citada oportunitat en un projecte empresarial concret.



Pla d'empresa o de negoci

El pla de negoci és un document d'entre 30 a 100 pàgines que tota organització empresarial ha de confeccionar abans d'iniciar la seva activitat per tal de descriure els objectius operacionals i financers globals de l'empresa.

El pla de negoci o pla d'empresa és la síntesi d'un procés de planificació inicial que permet analitzar la viabilitat tècnica, econòmica i financera d'una idea empresarial, definir el model de negoci i l'estratègia a seguir i determinar la imatge que l'empresa vol projectar



L'objectiu final del pla de negoci és convertir l'oportunitat de negoci en un projecte empresarial concret.

La seva elaboració és responsabilitat de les persones promotores de la idea i els motius pels quals s'elabora són els següents:

- **Identificar l'oportunitat de negoci i** iniciar l'activitat, per gestionar i planificar la posada en marxa de la nova organització i per tenir una guia dels objectius, prioritats i fites a què cal arribar.
- **Estimar el seu cost i els resultats econòmics**, analitzant-ne la viabilitat tècnica, econòmica i financera.
- **Captar inversió** Pràcticament totes les entitats financeres, fons d'inversió o inversors privats demanaran a l'emprenedor que presenti o lliuri el pla d'empresa.
- **Sol·licitar subvencions**. Alguns organismes públics també demanaran un pla de negoci per tenir accés a ajuts o a un finançament en condicions favorables, o per tenir accés a un viver o una incubadora d'empreses.
- **Planificar el creixement** o consolidació del negoci



L'índex d'un pla d'empresa:

L'objectiu de l'índex és facilitar la lectura i la localització ràpida dels diferents apartats del pla d'empresa. (Després del resum executiu)

Resum executiu

Descripció de la idea de negoci

- Anàlisi de l'entorn i del sector

Pla de màrqueting

- Descripció del producte o servei
- Anàlisi de mercat i competència
- Política de preus
- Política de comunicació
- Política de distribució
- Previsió vendes

Pla d'operacions / organització

- Organització i recursos humans
- Organigrama
- Llocs de treball
- Selecció i contractació
- Política salarial

Pla jurídic / fiscal

- **Determinació de la forma jurídica**
- **Obligacions fiscals**
- **Permisos, llicències i documentació oficial**
- **Patents, marques i altres tipus de registres**

Viabilitat econòmica i financer

- **Pla d'inversions**
- **Pla de finançament**
- **Estat de tresoreria provisional**
- **Compte de resultats provisional**
- **Balanç previsional**
- **Anàlisi del punt d'equilibri**

Riscos i plans de contingència: anàlisi DAFO

- **Valoració de punts forts i febles**

Estratègies de creixement i desenvolupament

